

VARIABEL-VARIABEL YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN
JASA TAKSI O-RENTZ DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

PRISTIZELA JUNITA PUTRI
1042010031

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2014

VARIABEL-VARIABEL YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN
JASA TAKSI O-RENTZ DI SURABAYA

Oleh :

PRISTIZELA JUNITA PUTRI
1042010031

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing utama

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 19650326.199309.2.001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M. Si.
NIP. 19550718.198302.2.001

VARIABEL-VARIABEL YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN
JASA TAKSI O-RENTZ DI SURABAYA

Oleh :

PRISTIZELA JUNITA PUTRI
1042010031

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 23 Juni 2014

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 19650326.199309.2.001

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 19600924.199303.2.001

2. Sekretaris

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 19650326.199309.2.001

3. Anggota

R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si
NPT. 372069500461

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M. Si
NIP. 19550718.198302.2.001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Variabel-variabel yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Taksi O-renz di Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis maupun staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

5. Kedua orang tua serta kakak dan adik yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pihak PT. Serasi Transportasi Nusantara (O-RENTZ TAXI) yang telah berkenan untuk memberikan informasi dan waktunya kepada penulis.
7. Teman – teman angkatan 2010 di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan tersebut mendapat limpahan berkat dari Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Harapan penulis semoga dengan terselesainya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Surabaya, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.2 Pengertian Konsep Pemasaran	9
2.2.3 Pengertian Pemasaran	12
2.2.4 Strategi Pemasaran	13
2.2.5 Bauran Pemasaran	14
2.2.6 Pemasaran Jasa	18
2.2.6.1 Pengertian Pemasaran Jasa	18

2.2.6.2 Karakteristik Jasa	19
2.2.6.3 Macam-macam Jasa	20
2.2.6.4 Pengertian Kualitas Layanan Jasa	22
2.2.6.5 Mengelola Kualitas Layanan Jasa	23
2.2.6.6 Dimensi Kualitas Layanan Jasa	24
2.2.6.7 Faktor Utama Penentu Kualitas Layanan Jasa	24
2.2.7 Perilaku Konsumen	26
2.2.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen	26
2.2.7.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	27
2.2.8 Kepuasan Pelanggan	30
2.2.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	30
2.2.8.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	31
2.2.8.3 Konsekuensi dari Terciptanya Kepuasan Pelanggan .	33
2.2.8.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	34
2.2.8.5 Kategori Tanggapan atau Complain	35
2.3 Kerangka Berpikir	36
2.4 Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	40
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sampel	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.1 Jenis Data	47

3.3.2 Sumber Data	47
3.3.3 Pengumpulan Data	47
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesa	48
3.4.1 Uji Validitas	47
3.4.2 Uji Reliabilitas	49
3.4.3 Analisis Pengujian Asumsi Klasik	50
3.4.4 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.4.5 Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum PT. Serasi Transportasi Nusantara	56
4.1.1 Sejarah	56
4.1.2 Layanan Taksi O-renz	58
4.1.3 Visi dan Misi	59
4.2 Deskripsi Identitas Responden	59
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden berdasarkan Klasifikasi Usia	59
4.2.2 Deskripsi Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin...	60
4.2.3 Deskripsi Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan	61
4.3 Penyajian Data	62
4.3.1 Deskripsi Variabel Bukti Fisik	62
4.3.2 Deskripsi Variabel Perhatian	63
4.3.3 Deskripsi Variabel Daya Tanggap	64
4.3.4 Deskripsi Variabel Keandalan	66
4.3.5 Deskripsi Variabel Jaminan	67
4.3.6 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	68

4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	70
4.4.1 Uji Validitas	70
4.4.2 Uji Reliabilitas	72
4.5 Uji Asumsi Klasik	73
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.8 Pengujian Hipotesis	81
4.8.1 Uji Simultan (Uji F)	82
4.8.2 Uji Parsial (Uji t)	83
4.9 Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	32
Gambar 2.2 Konsekuensi dari Kepuasan Pelanggan	33
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	38
Gambar 3.1 Kurva Uji F	54
Gambar 3.2 Kurva Uji t	55
Gambar 4.1 Grafik Statistik Normalitas	78
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F	83
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Bukti Fisik	85
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Perhatian	86
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Daya Tanggap	87
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Keandalan	88
Gambar 4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Jaminan	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pelanggan O-RENTZ Taksi	4
Tabel 4.1 Identifikasi berdasarkan Klasifikasi Usia Responden	60
Tabel 4.2 Identifikasi berdasarkan Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.3 Identifikasi berdasarkan Pekerjaan Responden	61
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden dengan Variabel Bukti Fisik	62
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden dengan Variabel Perhatian	63
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden dengan Variabel Daya Tanggap	64
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden dengan Variabel Keandalan	66
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden dengan Variabel Jaminan	67
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden dengan Kepuasan Pelanggan	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi (R^2)	81
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji F	82
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji t	84

Variabel-Variabel yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Taksi O-renz di Surabaya

Oleh :
Pristizela Junita Putri
NPM. 1042010031

ABSTRAKSI

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan manusia yang berlangsung dalam pasar untuk mewujudkan pertukaran potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Dalam bidang jasa, yang menjadi sangat penting adalah kepuasan pelanggan. Sebagai salah satu bentuk layanan publik, transportasi berkembang dan telah menjadi gaya hidup dan membantu mobilitas manusia yang dapat mempengaruhi kepuasan personal. Melihat perkembangan alat transportasi jasa yang semakin meningkat, produsen menciptakan O-RENTZ TAXI yang merupakan salah satu jenis taksi yang memiliki diferensiasi unit seperti print out pembayaran, warna menarik, velg racing, radio terbaru, dan sistem komputerisasi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dengan teknik unknown population. Variabel bebas yang dimiliki yaitu bukti fisik (X_1), perhatian (X_2), daya tanggap (X_3), keandalan (X_4), dan jaminan (X_5) dengan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Populasi penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa taksi O-renz di Surabaya lebih dari dua kali dengan jumlah sampel 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dimana data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (X_1), perhatian (X_2), daya tanggap (X_3), keandalan (X_4), dan jaminan (X_5) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Secara parsial, variabel bukti fisik (X_1), daya tanggap (X_3), dan jaminan (X_5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel perhatian (X_2) dan keandalan (X_4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Kata Kunci : Bukti Fisik, Perhatian, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan, dan Kepuasan Pelanggan

Variabel-Variabel yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan
dalam Menggunakan Jasa Taksi O-renz di Surabaya

Oleh :
Pristizela Junita Putri
NPM. 1042010031

ABSTRACT

Marketing is one of the human activities that take place in the market to realize the potential exchanges for the purpose of satisfying human needs and desires. In the services sector, which is very important is customer satisfaction. As one of the public services, transportation and has evolved into a lifestyle and help the mobility of people who can influence personal satisfaction. Seeing the development of transportation services is increasing, the manufacturer creates O-RENTZ TAXI which is one type of taxi that has a differentiation unit such as a print out of payment, attractive colors, racing wheels, new radio, and computerized systems.

This research used quantitative research methods and techniques unknown population. The independent variables are tangible (X1), empathy (X2), responsiveness (X3), reliability (X4), and assurance (X5) with the dependent variable is customer satisfaction (Y). The population in this research is that consumers who have used the services of taxis O-Renz in Surabaya more than twice the number of a sample of 100 respondents. The type of data used is primary data, where data are collected using a questionnaire.

The results of this research indicate that the tangible (X1), empathy (X2), responsiveness (X3), reliability (X4), and assurance (X5) simultaneously have significantly effect to customer satisfaction (Y). Partially, tangible (X1), responsiveness (X3), and assurance (X5) have a significantly effect to customer satisfaction (Y), while the empathy (X2) and reliability (X4) does not have a significantly effect to customer satisfaction (Y).

Key Words : Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance, and
Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam suatu organisasi pada umumnya berorientasi pada laba sehingga tidak mungkin lepas dari kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama suatu perusahaan di samping kegiatan lainnya dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup untuk yang lebih maju dan berkembang. Pemasaran mengandung arti kegiatan manusia yang berlangsung dalam pasar untuk mewujudkan pertukaran potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Khususnya untuk jasa, diperlukan kepada pelanggan yang ramah tamah, sopan santun serta tanggap atas keluhan pelanggan, yang dapat menyenangkan atau memuaskan pelanggan. Jasa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (full customer satisfaction). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

Kepuasan konsumen merupakan unsur yang sangat penting dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu jasa, semakin suatu jasa mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi dan secara terus menerus konsumen akan mengkonsumsi atau menggunakan jasa tersebut dan tidak beralih pada jasa sejenis tetapi konsumen tidak mendapatkan kepuasan maka konsumen akan berpikir untuk mencoba jasa sejenis yang lain, termasuk dalam hal menggunakan jasa taksi sebagai produk jasa

dalam memenuhi kepuasan konsumen dapat dipenuhi melalui manfaat yang dirasakan konsumen.

Perkembangan bisnis yang semakin cepat, menuntut perusahaan untuk lebih jeli dalam membaca peluang yang terutama pada bidang layanan publik. Sebagai salah satu bentuk layanan publik, transportasi berkembang bukan hanya sarana berpindah tempat, namun telah menjadi gaya hidup dan mempengaruhi kepuasan personal. Dalam upaya menangkap peluang ini, PT. Serasi Transportasi Nusantara hadir dengan produk taksi baru “O-RENZ TAXI” yang merupakan salah satu jenis taksi yang banyak dimanfaatkan jasanya sebagai sarana transportasi. Taksi O-renz mengedepankan diferensiasi unit dan layanan selangkah lebih maju dibanding armada taksi yang ada seperti adanya print out dari pembayaran penumpangnya, warna yang unik, velg racing, radio terbaru, dan sistem komputerisasi. Taksi O-renz mengungkapkan jika suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa mempunyai kualitas yang cukup baik maka konsumen akan terus menggunakannya sehingga menjadi pelanggan tetap. Tetapi apabila perusahaan tersebut mempunyai kualitas yang tidak baik maka hal ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut. Dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari faktor Tangible (bukti fisik), faktor Emphaty (perhatian), Responsiveness (daya tanggap), faktor Reliability (keandalan), dan faktor Assurance (jaminan).

Bukti fisik (tangible) merupakan bukti langsung dari pengguna jasa termasuk pengguna jasa Taksi O-renz, seperti memperhatikan penampilan pengemudi, desain interior kendaraan, dan lain-lain. Semakin baik tangibles atau

bukti fisik maka semakin banyak manfaat yang dikonsumsi oleh konsumen maka semakin mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, bila kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Perhatian (emphaty) merupakan unsur yang sangat penting di dalam penggunaan jasa Taksi O-renz seperti saat ada penumpang yang membutuhkan bantuan, pengemudi dapat membantu menurunkan barang bawaannya sehingga penumpang merasa nyaman dengan jasa Taksi O-renz.

Daya tanggap (responsiveness) merupakan suatu kesediaan baik dari sopir maupun karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat yang dapat menjadi nilai tambah dari konsumen.

Keandalan (reliability) merupakan unsur yang penting dalam menggunakan jasa termasuk kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dalam penggunaan jasa Taksi O-renz, keandalan merupakan salah satu manfaat yang sangat diharapkan oleh konsumen sebagai pengguna jasa.

Jaminan (assurance) merupakan salah satu yang diberikan oleh perusahaan dalam menggunakan jasa Taksi O-renz. Dalam penggunaan jasa ini, konsumen akan diberikan jaminan atas keselamatan dalam perjalanan sehingga konsumen akan merasa aman dan nyaman.

Perusahaan-perusahaan pesaing yang dianggap merupakan pesaing sejenis yang berpotensi seperti PT. Pusaka Nuri Utama dan PT. Cipaganti Citra Graha Tbk. Kedua perusahaan tersebut sudah terlebih dahulu melebarkan jaringan transportasinya di luar daerah Surabaya sedangkan PT. Serasi Transportasi

Nusantara (O-RENT TAXI) masih berkembang di daerah Surabaya saja. Saat ini masyarakat semakin pandai dalam memilih produk jasa oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan layanan dan fasilitas yang baik sehingga konsumen menjadi terpuaskan. Dengan semakin banyaknya perusahaan taksi yang ada, tidak membuat Taksi O-rent untuk tinggal diam tetapi justru mengambil solusi penyelesaian dari masalah tersebut. Untuk itu pangkalan Taksi O-rent disebar ke seluruh wilayah Surabaya, seperti Karang Pilang, Wonorejo, dan Kalianak agar pelanggan mudah dalam mendapatkannya.

Taksi O-rent dikategorikan sebagai perusahaan yang masih dikatakan baru berdiri di dunia bisnis pada bidang jasa transportasi yang telah memiliki perubahan dalam kualitas layanan jasa. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah armada, peningkatan jumlah karyawan, perbaikan serta pembaharuan kualitas layanan, sehingga Taksi O-rent mulai banyak diminati oleh pelanggan.

Taksi O-rent merupakan jasa alat transportasi yang masih belum lama namun perusahaan telah meningkatkan pelayanannya sehingga dari tahun ke tahun pelanggan terus bertambah. Dari tahun 2009 sampai 2013 telah dicatat bahwa pelanggan yang menggunakan jasa Taksi O-rent di Surabaya mengalami kenaikan.

Tabel 1.1 Pelanggan O-RENT TAXI

Tahun	Pelanggan O-RENT TAXI 5 tahun terakhir
2009	20.700 pelanggan
2010	26.850 pelanggan
2011	30.400 pelanggan
2012	31.100 pelanggan
2013	35.950 pelanggan

Sumber : PT. Serasi Transportasi Nusantara (O-RENT TAXI), 2014

Tuntutan untuk memahami perilaku konsumen dalam upaya meningkatkan minat dari konsumen sendiri untuk menggunakan jasa transportasi taksi merupakan sesuatu yang mutlak dilakukan oleh perusahaan dari konsep pemasaran. Berbagai fasilitas dan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan dari konsumen.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas tersebut, maka peneliti akan meneliti tentang faktor bukti fisik, perhatian, daya tanggap, keandalan, dan jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan judul “Variabel-variabel yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Taksi O-RENT di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel-variabel bukti fisik, perhatian, daya tanggap, keandalan, dan jaminan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Taksi O-rent di Surabaya ?
2. Apakah variabel-variabel bukti fisik, perhatian, daya tanggap, keandalan, dan jaminan secara parsial mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Taksi O-rent di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan bukti fisik, perhatian, daya tanggap, keandalan, dan jaminan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Taksi O-renz di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial bukti fisik, perhatian, daya tanggap, keandalan, dan jaminan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Taksi O-renz di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan bahan masukan bagi pihak Taksi O-renz dalam hal pelayanan jasa guna meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.